

Bernard Eben

2^e édition

CRÉER SON BLOG EN MOINS D'UNE HEURE

L'alimenter, l'améliorer, le promouvoir !



EYROLLES

CRÉER SON BLOG EN MOINS D'UNE HEURE

Chaque année, trois millions de nouveaux blogs sont créés dans le monde. 60 % des blogueurs s'adonnent à l'écriture par loisir, par passion. Leur motivation première est de partager leurs idées, leurs expériences. Si vous aussi vous souhaitez promouvoir vos hobbies, vos découvertes, vos réflexions, cet ouvrage est fait pour vous !

L'OUVRAGE DE RÉFÉRENCE POUR CRÉER SON BLOG

Alors qu'autrefois il était nécessaire d'être technicien pour créer son blog, il ne suffit aujourd'hui que de quelques minutes pour se lancer. Comment créer son blog ? Quel outil choisir ? Comment le personnaliser ? Comment le faire connaître ? Quels sont les droits et devoirs des blogueurs ? Ce sont autant de questions qui seront traitées dans cet ouvrage résolument pratique.

Ce livre n'est pas simplement un mode d'emploi qui vous guiderait dans vos choix de services de création d'un blog, mais bien une triple aventure didactique que nous allons partager, faire évoluer et vivre ensemble. À l'aide de plates-formes différentes, nous créerons trois blogs distincts, issus de passe-temps biens réels. Vous pourrez assister à leurs naissances, leurs évolutions, et enfin juger des résultats pour vous orienter vers la solution la plus adaptée à votre projet et à vos passions.

LES NOUVEAUTÉS DE CETTE 2^e ÉDITION

Cette seconde édition prend en compte la nouvelle interface de création de blog mise en ligne début 2016 par WordPress.com. Et pour vous remercier de votre engouement pour cet ouvrage, nous avons décidé d'imprimer cette nouvelle édition en couleurs. Un sérieux atout pour votre confort de lecture !

Bernard Eben travaille dans le domaine informatique depuis 1978. Consultant indépendant depuis 1994, il s'est initialement orienté dans le développement et l'implémentation de logiciels de gestion. Ces dernières années, il est devenu, pour les PME, une référence incontournable en e-commerce. Il intervient également dans la création et l'évolution des blogs de ses clients.

À qui s'adresse cet ouvrage ?

- ⚙ Les particuliers qui ont envie de créer leur premier blog
- ⚙ Les artisans, créateurs, artistes dont Internet peut devenir la vitrine
- ⚙ Les TPE et PME souhaitant dépasser leurs limites territoriales et se rendre disponibles 24 h/24
- ⚙ Les e-commerçants qui désirent améliorer la rentabilité de leur boutique

www.editions-eyrolles.com

CRÉER SON BLOG
EN MOINS D'UNE HEURE

SUR LE MÊME THÈME

V. ISAKSEN, T. TARDIF. – **Joomla et Virtuemart.**

N°12804, 3^e édition, 2012, 356 pages.

TEXTO ALTO. – **Créez votre boutique en ligne.**

N°13305, 2011, 158 pages.

M. BLANCHARD. – **Magento.**

N°12515, 2010, 344 pages.

CHEZ LE MÊME ÉDITEUR

C. PERNET. – **Sécurité et espionnage informatique.**

N°13965, 2014, 240 pages.

C. DELANNOY. – **Le guide complet du langage C.**

N°14012, 2014, 844 pages.

M. KABAB, R. GOETTER. – **Sass et Compass avancé.**

N°13677, 2013, 280 pages.

W. BORIES, O. MIRIAL, S.PAPP. – **Déploiement et migration Windows 8.**

N°13645, 2013, 480 pages.

W. BORIES, A. LAACHIR, D. THIBLEMONT, P. LAFEIL, F.-X. VITRANT.

– **Virtualisation du poste de travail Windows 7 et 8 avec Windows Server 2012.**

N°13644, 2013, 218 pages.

J.-M. DEFRANCE. – **jQuery-Ajax avec PHP.**

N°13720, 4^e édition, 2013, 488 pages.

L.G. MORAND, L. VO VAN, A. ZANCHETTA.

– **Développement Windows 8 - Créer des applications pour le Windows Store.**

N°13643, 2013, 284 pages.

Y. GABORY, N. FERRARI, T. PETILLON. – **Django avancé.**

N°13415, 2013, 402 pages.

P. ROQUES. – **Modélisation de systèmes complexes avec SysML.**

N°13641, 2013, 188 pages.

Bernard Eben

CRÉER SON BLOG EN MOINS D'UNE HEURE

L'alimenter, l'améliorer, le promouvoir !

2^e édition

EYROLLES

ÉDITIONS EYROLLES
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

Crédits iconographiques :

Shutterstock pour les images I-1, 1-1, 2-1, 5-1, 13-1, 15-1, 16-1, 18-1 et 20-1.

Crédits photo :

Bernard Eben pour les images 4-1, 6-1, 7-1, 7-13, 7-16, 8-1, 9-1, 12-3, 12-14, 12-15, 17-5 et 18-2.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2016, ISBN : 978-2-212-11769-1

Remerciements

L'ouvrage précédent *E-commerce, Tout savoir avant de créer une boutique en ligne !* à peine paru que ce nouveau projet relatif aux blogs faisait surface. Fallait-il s'y lancer ? La question méritait réflexion.

Tout d'abord parce que le traitement de ce sujet se devait d'être abordé sous un autre angle. L'idée n'était pas de répondre que oui, créer son blog en moins d'une heure est possible ; encore fallait-il le démontrer et permettre aux lecteurs de suivre cette démarche. Faire en sorte qu'eux aussi puissent créer leur blog facilement.

Mais pour créer un blog, il faut manipuler un logiciel. Or, il en existe des centaines : certains gratuits, d'autres payants, certains faciles mais limités, d'autres plus complexes et plus performants. Ceci m'imposait de faire des choix, de ne traiter que les plus répandus en laissant de côté d'autres solutions de qualité, l'ouvrage se voulant didactique et non encyclopédique.

Des types de blogs également, vous pouvez en citer des dizaines : cuisine, animaux de compagnie, voyage, technique, mode, voitures, cinéma, littérature, etc. Mais la création d'un blog dont le contenu principal est du texte n'est pas comparable à celle d'un blog spécialisé dans les vidéos sur la vie des phoques au Canada. Dans le premier des cas, un logiciel simple peut convenir tandis que dans le second, je conseillerais une autre application. L'ouvrage se devait de couvrir différents types de blogs pour satisfaire un maximum de lecteurs.

Enfin, jusqu'où fallait-il aller ? Se limiter à la création d'un blog sur une plate-forme spécifique en prenant toutes les options par défaut ne me plaisait pas trop. En effet, l'intérêt se situe dans la valeur ajoutée, dans les options à prendre ou à ne pas prendre, dans l'installation des thèmes, le choix des plug-ins, les conseils quant à la fréquence de publication, au con-

tenu des articles, aux éléments importants pour le référencement, etc. Ce manuel devait plaire, être intéressant et utile, tout en restant compréhensible, donc très peu technique. Une espèce de livre de chevet du blog.

Ainsi, le défi était de taille. D'autant que cela prend du temps, beaucoup de temps, en préparation, en vérification, en écriture, en révision. Des mois de travail, tous les soirs, en plus de mon activité principale qui est la consultance informatique. Mais le sujet me passionne, alors j'ai accepté.

Aussi, permettez-moi de remercier en premier lieu ma famille qui, pour la seconde fois en deux ans, a vécu de longs mois avec un fantôme dans la maison, bloqué tous les soirs derrière son ordinateur, toujours la tête dans ses chapitres, jamais présent pour la vaisselle. Sans leur aide et leur soutien, je n'aurais jamais commencé ce troisième livre et ne serais jamais arrivé à mener à bien ce nouveau travail. À mon épouse et à mes deux enfants, à nouveau merci de m'avoir soutenu.

Un tel projet peut s'imaginer, mais ne peut se réaliser sans un éditeur qui a confiance en vous. Lorsque je leur ai transmis le plan que j'entrevoyais, il n'aura fallu que quelques jours aux éditions Eyrolles pour l'accepter et relancer la machine avec quasiment la même équipe que pour mon livre sur l'e-commerce. Je fus suivi et aidé tout au long de ce projet par Elsa Azis, Marion Marin Dubuard et Alexandre Habian. Elsa, Marion, Alexandre, merci pour votre présence, vos conseils, vos encouragements, votre patience.

Je ne pourrais terminer cette page sans vous remercier vous, lecteur. Sans vous, ce travail n'aurait eu aucun sens. La seule motivation qui m'ait animé durant ces longs mois d'écriture fut de vous transmettre les bases nécessaires pour vous permettre de choisir l'outil le plus adapté pour mettre en place, alimenter, faire évoluer et donner de l'audience à votre blog.

Bernard Eben

info@bernard-eben.com

Table des matières

Introduction	1
Pourquoi ce livre ?	2
L'origine	2
Ce que nous allons partager	5
<i>La première partie</i>	5
<i>La seconde partie</i>	5
<i>La troisième partie</i>	6
<i>La quatrième partie</i>	6
<i>La cinquième partie</i>	7
<i>La sixième partie</i>	7
Les points que ce livre ne couvre pas	7
Nouveautés de cette deuxième édition	8
WordPress.com change son interface utilisateur	8
L'occasion rêvée pour vous offrir de la couleur	8

PARTIE 1

Le blog en questions **9**

CHAPITRE 1

Qu'est-ce qu'un blog ?	11
Un site Internet	12
Des fonctions spécifiques	12
Gestion des médias	13
Modération des commentaires	14
Une base de données	15

CHAPITRE 2

Qu'est-ce qu'un blogueur ?	17
L'orthographe	18
Catégories de blogueurs	19
Impact d'un blog sur vos ventes	21
Fréquence de publication	23
Par où commencer ?	25

PARTIE 2

Créer son blog27

CHAPITRE 3

Deux marques, trois possibilités..... 29

Pourquoi ne proposer que deux marques ? 30

Pourquoi trois possibilités ? 31

Blog automatique ou blog manuel ? 31

La manière de procéder 32

CHAPITRE 4

Avec Blogger..... 35

Un blog sur ma passion : le Border Collie 36

Créer un compte Google 36

Données de base 36

Nom d'utilisateur 37

Mot de passe sécurisé 37

Validation de votre compte 38

Autres avantages du compte Google 39

Créer votre blog 39

Accès à la page Blogger 39

Donner un nom à votre blog 41

Choisir le modèle de base 42

Publier votre premier article sur Blogger 44

Titre de l'article 44

Illustrer vos articles d'une image 45

Valider votre publication 47

Conclusion 49

CHAPITRE 5

Avec WordPress automatique 51

À propos de cette deuxième édition 52

Créer un compte WordPress 52

Créer votre blog 52

Accès à la page WordPress 52

Choisir un thème 53

Donner un nom à votre blog 54

Publier votre premier article 59

Titre de l'article 60

Illustrer ses articles d'une image 61

Valider votre publication 65

Conclusion 67

CHAPITRE 6

Pour une installation manuelle de WordPress

(WordPress Manuel)	69
Quelles différences entre WordPress Automatique et Manuel ?	70
WordPress Automatique	70
WordPress Manuel	71
Rechercher un nom de domaine disponible	72
Le préfixe	72
Le suffixe	73
Réserver le nom de domaine et l'hébergement	75
La réservation	77
L'hébergement	79
Installer le programme WordPress	82
Perdre en main le tableau de bord WordPress	88
Publier notre premier article sur WordPress Manuel	90
Choisir un thème pour personnaliser notre blog	93
Conclusion	97

PARTIE 3

Mise en page d'un article99

CHAPITRE 7

L'éditeur de Blogger 101

Améliorer le texte	102
Le titre de l'article (A)	102
Le texte et son code HTML (B)	103
<i>Rédiger en texte courant</i>	103
<i>Le texte</i>	103
<i>Le code HTML du texte</i>	103
Annuler, rétablir (C)	104
Polices, tailles et styles (D)	104
Gras, italique, couleurs, etc. (E)	108
Alignement de texte, listes à puces, citation (G)	109
Suppression de mise en forme, orthographe (H)	109
Liens, images et vidéos	109
Associer (liens)	109
Insérer une image	112
<i>Importer</i>	112
<i>Depuis le blog</i>	112
<i>Au départ d'un album Picasa</i>	113
<i>Depuis votre mobile</i>	114
<i>Depuis votre webcam (5a)</i>	114
<i>Depuis une URL (5b)</i>	114

<i>Les avantages à l'intégration d'images dans votre publication</i>	114
<i>Paramètres de l'image intégrée</i>	116
Intégrer des vidéos (F)	118
<i>Importer depuis votre ordinateur</i>	120
<i>Depuis YouTube</i>	120
<i>Depuis « Mes vidéos YouTube »</i>	120
<i>Depuis votre mobile</i>	120
<i>Depuis votre webcam</i>	121
Lire la suite et Plus d'infos (F)	121
Les paramètres des articles (Z)	123
Date de publication	123
Libellés et tags	124

CHAPITRE 8

L'éditeur de WordPress automatique..... 125

Améliorer le texte, les liens et les médias	126
Titre de l'article (A)	127
Ajouter un média (B)	127
Texte de l'article et code HTML (C)	128
Styles (D)	128
Gras, italique et listes (E)	128
Liens HTML et citation (F)	129
Principaux alignements du texte et lien Lire la suite (G)	130
Texte barré et soulignement (H)	130
Ligne horizontale et justification (I)	130
Couleur de texte (J)	130
Coller, nettoyer et caractères spéciaux	131
<i>Coller du texte</i>	131
<i>Nettoyer le code</i>	131
<i>Caractères spéciaux</i>	131
Indentation (L)	132
Annuler et rétablir (M)	132
Raccourcis clavier	132
Paramètres et environnement de publication	134
Nouveau brouillon	134
Catégories	137
Étiquettes	138
Image à la une	138
Partage de vos articles	139
Format de l'article	142
Plus d'options...	143
<i>Extrait</i>	143
<i>Emplacement</i>	144
<i>Discussion – Autoriser les commentaires et/ou les pingbacks</i>	144
Insertion d'une vidéo dans l'article	144
L'éditeur en mode « HTML »	145

Le code d'intégration de YouTube	146
Paramètres avancés pour l'intégration	149
Conclusion	150

CHAPITRE 9

L'éditeur de WordPress Manuel 151

Amélioration du texte, des liens et des médias	152
Paramètres et environnement de publication	154
Conclusion	156

PARTIE 4

Personnalisation du blog 157

CHAPITRE 10

Personnalisation de Blogger 159

Les paramètres du modèle	160
Arrière-plan	161
Ajuster la largeur	162
Mise en page	163
<i>Mise en page du contenu</i>	163
<i>Mise en page du pied de page</i>	164
<i>Structuration de votre page</i>	164
Avancé	165
La mise en page	165
Ajout d'un favicon	166
Navbar	167
En-tête	169
Pages	169
Articles du blog	170
<i>Options de la page principale</i>	172
<i>Options de la page d'articles</i>	172
<i>Organiser les éléments</i>	174
Ajouter un gadget	175
L'organisation de l'information	178
Le menu, les pages	178
<i>Création d'une page statique</i>	178
<i>Intégration dans le menu</i>	180
Les catégories	182
Conclusion	184

CHAPITRE 11

Personnalisation de WordPress automatique 185

Personnaliser le thème	186
------------------------------	-----

Design personnalisé	187
Titre, description et logo	188
<i>Titre</i>	189
<i>Description et slogan</i>	189
<i>Logo</i>	189
Couleurs et arrière-plan	190
Polices	192
Image d'en-tête	193
Menus	194
Widgets	194
Page d'accueil statique	196
Options du thème	196
Témoignages	196
Gestion des menus	197
Création d'une page statique	197
Premier item du menu	198
<i>Ajouter l'item principal</i>	199
<i>Ajouter le premier sous-élément du menu</i>	199
<i>Ajouter le second sous-élément du menu</i>	201
La force des menus	202
Conclusion	206

CHAPITRE 12

Personnalisation de WordPress Manuel 207

Personnaliser le thème	208
Diaporama	209
Options de style	209
Favicon	209
Bouton d'action	209
Typographie	210
En-tête et pied de page	210
Paramétrages et couleurs des icônes sociales	210
Extensions et widgets	211
Recherche d'une extension	213
Installation d'une extension	216
Paramétrage de l'extension	217
Utilisation de l'extension dans un article	217
Widget de l'extension	220
Organisation de l'information	223
Conclusion	224

CHAPITRE 13

Les sauvegardes 225

Sauvegarde de Blogger	226
Sauvegarde des articles, pages et commentaires	226

Sauvegarde du modèle	228
Sauvegarde des images	228
Restauration	229
Sauvegarde de WordPress Automatique	229
Sauvegarde de WordPress Manuel	231
Installation d'une extension de sauvegarde	233
Configuration de la sauvegarde	234
Conclusion	235

CHAPITRE 14

Quelques extensions typiques 237

TinyMCE Advanced	238
MapPress, ou Google Maps dans vos articles	239
Réseaux sociaux : AddToAny Share Settings	241

PARTIE 5

Alimenter son blog243

CHAPITRE 15

Vos articles..... 245

Quelle fréquence de publication ?	246
Quelle longueur pour mes articles ?	247
L'introduction	249
Mise en forme	249
Les médias	250

CHAPITRE 16

La législation 251

Le droit d'auteur	252
Précautions à prendre lors de la publication d'images ou de vidéos	253
Un blogueur est-il responsable des commentaires publiés sur son blog ?	253
L'article contenant des injures vers une personne identifiable	254
La diffamation	254
Les principaux conseils avant toute publication	255
Mentions légales	255
Le contenu	256
La réalisation	256
L'exemple	256

CHAPITRE 17

Les canaux de publication 259

Au départ de votre ordinateur, ou en ligne	260
--	-----

Au départ d'une application sur votre smartphone ou tablette	260
L'appli pour Blogger	261
<i>Réalisation</i>	261
<i>Résultat</i>	262
<i>Conclusion</i>	262
L'application pour WordPress	263
<i>Réalisation</i>	263
<i>Résultat</i>	264
<i>Les petits plus</i>	264
<i>Conclusion</i>	264
Publier par e-mail	265
Configurer votre compte	265
Publier un article	266
Conclusion	267

PARTIE 6

Le promouvoir269

CHAPITRE 18

Référencement naturel (SEO)..... 271

Comment améliorer son classement ?	272
Les actions directes	273
<i>Trouvez le meilleur titre pour votre article</i>	273
<i>La taille idéale d'une publication</i>	273
<i>La structuration de votre article</i>	273
<i>Le texte alternatif pour vos images</i>	274
<i>Catégories et mots-clés</i>	274
Les actions indirectes	275
<i>Proposer à vos lecteurs d'être prévenus de nouveaux messages</i>	275
<i>Favoriser les commentaires</i>	280
<i>Publier vos articles sur les réseaux sociaux</i>	280

CHAPITRE 19

Réseaux sociaux 281

Icônes de partage	282
Dans Blogger	282
Dans WordPress Automatique	282
Dans WordPress Manuel	283
Publier vers les réseaux sociaux	284
Depuis Blogger	284
Depuis WordPress Automatique	285
Depuis WordPress Manuel	286
Conclusion	287

CHAPITRE 20

Échange de bannières (bannering croisé) 289

Pourquoi faire de la publicité pour votre blog sur un autre site ? 290

L'échange de bannières publicitaires (bannering croisé) 291

Ajouter des bannières sur votre blog 292

Les bannières dans Blogger 292

Les bannières dans WordPress Automatique 293

Les bannières dans WordPress Manuel 295

Conclusion 297

CHAPITRE 21

Statistiques des visites 299

Statistiques de Blogger 300

Statistiques de WordPress Automatique 301

Statistiques de WordPress Manuel 302

Que faire de ces statistiques ? 304

Conclusion 305

Conclusion..... 307**Index..... 311**

Introduction

« On plaît rarement à autrui quand on ne parle que de soi. »

Simon de Bignicourt

« Parler beaucoup est une chose, parler à bon escient en est une autre. »

Sophocle



Figure I-1 La qualité du contenu est le premier facteur de crédibilité d'un blog.
(Source image : Shutterstock)

Pourquoi ce livre ?

L'origine

Le plus compliqué dans l'écriture d'un livre est sans conteste la première page. Bien que la structure de cet ouvrage soit déjà finalisée depuis plusieurs semaines et la découpe de ses sections et chapitres mémorisée dans mon XMind, l'introduction n'en reste pas moins un exercice risqué. Car bien souvent, lors du choix d'un livre, l'acquéreur parcourt la première page très rapidement et se décide ou non à l'acheter. Cela me laisse donc seulement trente secondes pour capter votre attention, accrocher votre intérêt, vous convaincre de l'utilité de ces chapitres, vous décider à vous le procurer.

Initialement, cette introduction commençait par l'origine des blogs, leur histoire, les premiers blogueurs canadiens des années 1990. Venait ensuite l'évolution des outils pour blogueurs, comparée aux réseaux sociaux. Mais est-ce vraiment ce que vous recherchez ? Il me semble que non. Cette information, si elle vous intéresse vraiment, vous la retrouverez facilement sur Wikipédia ou ailleurs sur le Web.

L'objectif de cet ouvrage est de vous accompagner dans la création de votre blog. Je vous y explique la différence entre les blogs « automatiques » (sur un portail) et les blogs « manuels » afin que vous puissiez choisir ce qui convient à votre projet. J'y détaille par ailleurs les modes de publication, vous conseille sur la mise en page, attire votre attention sur certains points de la législation. Mais aussi j'insiste sur les éléments qui favorisent votre « référencement », sans lequel vous n'auriez quasiment aucune chance d'avoir des lecteurs.

Vous l'aurez compris, cet ouvrage se veut très pratique. Il ne nécessite aucune compétence particulière en informatique, juste votre envie de vous exprimer, d'illustrer vos idées, de créer votre blog. Pour vous y aider, de très nombreuses captures d'écran accompagneront les chapitres.

Je puis vous assurer qu'à l'heure où naissent ces premières lignes, rien de ce que vous allez découvrir n'existe : ni les captures d'écran, ni même les blogs ou les noms de domaine qui serviront d'exemples. Je vais, comme vous, partir d'une page blanche et créer non pas un, mais trois blogs différents.

Pourquoi trois ? Simplement pour que vous puissiez mieux cerner les avantages et inconvénients qui séparent les trois principaux outils actuels de création de blogs, tant en mode « portail » qu'en blog traditionnel.

Le premier blog aura pour thème (fictif) « mon Border Collie », car nombreux sont les internautes passionnés d'animaux qui souhaitent partager leurs joies, leurs découvertes, bref, leur hobby.

Le second parlera de recettes de cuisine. Il s'agit là d'un sujet fort précis qui impose une structure adaptée aux menus que vous pourriez proposer.

Le dernier exemple sera beaucoup plus évolué, axé sur le thème du voyage. Il se différencie par des outils nettement plus puissants, plus nombreux, plus spécifiques. Le voyage en Islande que vous y découvrirez est bien réel. Au moment de l'écriture de cette introduction, il n'a pas encore eu lieu. Il est planifié pour dans deux mois. Une grande partie des articles y seront postés au jour le jour avec les moyens à notre disposition sur place. Vous pourrez visiter ce blog sur Internet et y ajouter vos commentaires. Il est voué à évoluer, à durer.

Cet ouvrage n'est pas simplement un outil qui vous guidera dans la création d'un blog, mais bien une aventure que nous allons vivre ensemble. J'ai hâte de la partager avec vous.

Vocabulaire

XMind est un logiciel libre de *mind mapping* (en français, carte heuristique) développé par la société XMind Ltd. Vous pouvez le télécharger à l'adresse suivante : <http://www.xmind.net/>.

Une carte heuristique (ou carte cognitive, carte mentale, carte des idées, etc.) est un schéma, supposé refléter le fonctionnement de la pensée, qui permet de représenter visuellement et de suivre le cheminement associatif de la pensée. Ce schéma met en lumière les liens qui existent entre un concept ou une idée et les informations qui leur sont associées. La structure même d'une *mind map* est en fait un diagramme qui représente l'organisation des liens sémantiques entre différentes idées ou des liens hiérarchiques entre différents concepts. À l'inverse du schéma conceptuel (ou carte conceptuelle, *concept map* en anglais), les *mind maps* offrent une représentation arborescente des données, imitant ainsi le cheminement et le développement de la pensée.

(Source : Wikipédia)

Pour reprendre textuellement les termes de sa présentation, « **Wikipédia** est un projet d'encyclopédie collective établie sur Internet, universelle, multilingue et fonctionnant sur le principe du wiki. Wikipédia a pour objectif d'offrir un contenu librement réutilisable, objectif et vérifiable, que chacun peut modifier et améliorer ».

(Source : Wikipédia)

Il existe différents mots qui désignent **l'article** que vous publiez dans un blog. Vous entendrez parfois le mot « publication », mais aussi « article », « post », « billet », etc. Dans la blogosphère, ce sont tous des synonymes.

Une blogosphère désigne indifféremment un ensemble de blogs ou l'ensemble de ses rédacteurs. L'expression « la blogosphère » désigne ainsi l'ensemble de tous les blogs. C'est un sous-ensemble du Web.

(Source : Wikipédia)

Un blogueur ou une blogueuse (*blogger*, en anglais) est l'individu qui a l'habitude de bloguer : il écrit et publie les billets, sans entrer dans la composition de tous les commentaires qui y sont associés.

(Source : Wikipédia)

Un portail web (de l'anglais *Web portal*) est un site web qui offre une porte d'entrée commune à un large éventail de ressources et de services accessibles sur Internet et centrés sur un domaine d'intérêt ou une communauté particulière. Les ressources et services dont l'accès est ainsi rassemblé peuvent être des sites ou des pages web, des forums de discussion, des adresses de courrier électronique, espaces de publication, moteur de recherche, etc.

(Source : Wikipédia)

The Most Popular Mind Mapping Tool

Millions of people use XMind to clarify thinking, manage complex information, run brainstorming and get work organized.

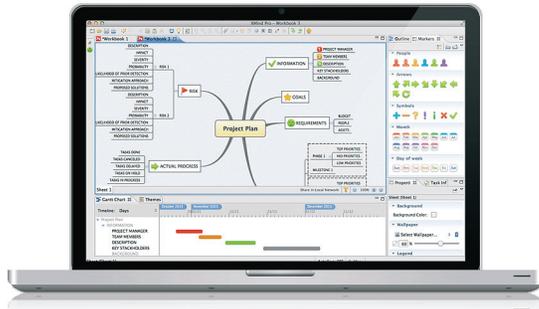


Figure I-2 XMind, logiciel Open Source de *mind mapping* est disponible également en français.

Ce que nous allons partager

Cet ouvrage comporte 21 chapitres, regroupés en 6 parties. Certains chapitres sont plutôt littéraires, comme les conseils, la législation, l'échange de bannières publicitaires (bannering), tandis que d'autres se rapprochent plus d'un guide utilisateur, d'un mode d'emploi, où chaque étape est expliquée, détaillée, souvent ponctuée d'une illustration. Car souvent, c'est dans le détail que l'on trouve les options intéressantes.

La première partie

Nous débuterons par une information générale sur l'intérêt de créer un blog. Nous verrons que, bien souvent, l'auteur se lance dans l'aventure sans trop y croire. Qu'ensuite il se prend au jeu, entre en contact avec des lecteurs qui le questionnent, améliore ses articles. L'expérience initiale devient passion, et parfois le blogueur « amateur » se transforme en professionnel. Certains arrivent même à en vivre, parfois fort bien.

La seconde partie

La seconde partie vous résumera vos choix. Nous parlerons des deux types de blogs qui s'offrent à vous.

- Le blog « automatique ». De manière résumée, vous vous inscrivez sur une plate-forme spécialisée qui met de nombreux outils à votre disposition pour créer et maintenir votre blog. Tous les paramètres de mise en page, toutes les données que vous publiez se trouvent mémorisés sur les serveurs liés à cette plate-forme. Il s'agit d'un service « tout-en-un », parfois gratuit, parfois payant. Comme il existe deux acteurs majeurs dans ce genre de services, nos deux premiers exemples, le blog consacré aux recettes de cuisine et celui du Border Collie, prendront vie sur ces plates-formes automatiques.
- La solution « manuelle ». Cette seconde possibilité de création de blog vous laisse, en général, plus de latitude pour la conception, le design, pour l'intégration de widgets ou d'applications externes. Par contre, elle vous impose de choisir un hébergement, de réserver un nom de domaine, d'installer l'application « blog » que vous aurez choisie. Rassurez-vous, les frais ne sont pas énormes : on parle de quelques dizaines d'euros par an. Quant à l'installation de l'application, nous vous démontrerons, dans ce troisième exemple consacré aux blogs manuels, que c'est à votre portée. Chaque étape de la création de ces blogs sera détaillée et agrémentée de nombreuses captures d'écran. Nous y mentionnerons les frais éventuels et le temps qu'il nous a fallu pour la réaliser.

Vocabulaire

Widget : En informatique, un widget est un composant logiciel, son nom provient du mot « gadget ».

Ce mot recouvre deux notions distinctes, chacune en relation avec les interfaces graphiques. Il peut alors être considéré comme étant la contraction des termes « window » (fenêtre) et « gadget ». Il peut désigner :

- un composant d'interface graphique, un élément visuel d'une interface graphique (bouton, ascenseur, liste déroulante, etc.),
- un petit outil qui permet d'obtenir des informations (météo, actualité, dictionnaire, carte routière, pense-bête – en anglais, post-it –, traducteur, etc.).

(Source : Wikipédia)

La troisième partie

Elle sera essentiellement consacrée aux manipulations à faire pour affiner la mise en page d'un article. Nous y détaillerons chacun des trois éditeurs, et vous conseillerons sur ce qui est recommandé, ce qui est utile ou à éviter.

La quatrième partie

Nous aborderons ici les principaux éléments qui vous permettront de changer le look de votre blog. En effet, lors de la création décrite en seconde partie, nous opterons souvent pour des valeurs « par défaut », celles conseillées par la plate-forme d'hébergement ou par l'application que vous allez installer.

Nous aurions pu placer ces chapitres juste après la création initiale du blog. Mais personnellement, je pense qu'il vaut mieux d'abord écrire quelques articles avant de peaufiner la mise en page générale du blog. Cela vous permet de mieux comprendre comment s'affichent vos articles, combien vous souhaitez en publier par page, de décider de l'emplacement du menu général, de la table des catégories, etc.

Cette quatrième partie, fort plaisante, peut s'avérer très longue. En effet, vous aurez l'occasion de choisir des « thèmes », ce qui s'avère fort agréable, mais comme il en existe des milliers, vous pourriez donc y passer plus de temps qu'imaginé.

Vocabulaire

Thème : Il s'agit d'un ensemble d'éléments prédéfinis qui vous permettent de personnaliser l'apparence de votre blog. Ce sont, en général, des graphistes qui créent ces thèmes. Ils associent, souvent harmonieusement, des fonds d'écran, des typographies, des couleurs. Il vous suffit de choisir dans un catalogue de thèmes celui qui vous correspond le mieux. De manière pratique, un thème se présente en général sous forme d'un petit fichier à installer.

La cinquième partie

Alimenter son blog, trois petits mots qui cachent une lourde masse de travail. À quelle fréquence publier ? Quelle est la taille idéale des articles ? Faut-il une mise en page particulière ? Faut-il inclure des images ? Autant de questions auxquelles nous tenterons de répondre.

Nous aborderons également un point peu connu des blogueurs, la législation, car nous ne pouvons pas tout nous permettre, écrire n'importe quoi ou utiliser n'importe quelle image copiée sur Internet.

Nous y découvrirons d'autres moyens de publier un article qu'au départ de son ordinateur. Certaines possibilités sont intéressantes ; d'autres, plus ringardes, peuvent toujours servir pour des cas précis.

La sixième partie

Écrire, c'est bien. Être lu, c'est mieux. Quelle politique mettre en œuvre pour positionner mes articles aux meilleures places dans les moteurs de recherche ? Comment augmenter le nombre de lecteurs ? Et comment mesurer l'évolution de mon blog ? Nous tenterons de vous distribuer le maximum d'atouts possibles et de vous détailler les principales techniques gratuites qui augmentent vos chances d'être lu(e).

Les points que ce livre ne couvre pas

Comme vous pourrez le constater en parcourant la table des matières, en vous intéressant au nombre de pages, en soupesant l'édition papier, vous êtes bien en présence d'un livre, et non d'une encyclopédie.

Le but de cet ouvrage n'est nullement de répertorier toutes les plates-formes de blogs automatiques, tous les logiciels de création manuelle de blogs, ni de vous abreuver de tous les widgets ou plug-ins disponibles sur la toile. Ce genre d'énumération existe déjà sur Internet et évolue de mois en mois.

Mon intention est qu'en parallèle à la lecture de ce livre, vous puissiez créer votre blog, l'alimenter, l'améliorer, le promouvoir. Volontairement, un choix a été réalisé parmi les plates-formes automatiques les plus populaires, les mieux adaptées. Certaines seront citées, d'autres oubliées, seules deux serviront d'exemples. Il en va de même pour le choix des logiciels de création manuelle de blogs, un seul outil sera détaillé, mais il s'agit du plus connu : WordPress.

Conscient qu'en faisant ces choix je ne serai pas exhaustif, que si des experts en blogs parcourent cet ouvrage, ils le classeront dans la catégorie des outils qui ne leur sont d'aucun intérêt, je prie toutes ces personnes de m'excuser de ne répondre à leurs attentes. Ce manuel ne leur est pas destiné.

De même, de nombreux points ne seront pas abordés, tels que la création de blogs d'enchères, la récupération de données en provenance d'une application externe, le travail collaboratif de validation d'articles, la sécurité, etc.

Notre but, en collaboration avec les éditions Eyrolles, est de créer un ouvrage utile qui soit facile à suivre, plaisant à lire et qui vous aide à atteindre votre objectif : créer votre blog et le faire vivre.

Nouveautés de cette deuxième édition

WordPress.com change son interface utilisateur

La première édition de cet ouvrage est parue en novembre 2015 et les différents chapitres décrivant la mise en place d'un « blog automatique WordPress » se basaient sur l'interface utilisateur en cours à cette date.

Mais, début 2016, WordPress.com a fait évoluer cette interface. Il ne s'agissait pas d'une refonte totale de l'application, mais plutôt d'un *lifting marketing*, d'une mise à jour ergonomique. Les couleurs, l'ordre d'affichage et l'emplacement des boutons ont ainsi été modifiés.

Par chance, la première édition du livre est un réel succès – j'en profite pour remercier tous les lecteurs qui ont contribué à cette réussite ! Les exemplaires s'écoulant plus rapidement que prévu, mon éditeur, Eyrolles, a décidé de se lancer dans cette deuxième édition.

Les chapitres 5, 8 et 11 ont été revus et réaménagés en fonction de la nouvelle interface de WordPress.com. Les captures d'écran ont également été refaites.

L'occasion rêvée pour vous offrir de la couleur

Le succès se partage... Pour vous remercier de votre engouement pour cet ouvrage, les éditions Eyrolles ont décidé d'imprimer cette édition en couleurs. Un sérieux atout pour votre confort de lecture !

PARTIE 1

Le blog en questions

Qui sommes-nous ? Combien sommes-nous ? Quelles sont nos motivations ? Tant de questions que l'on se pose et qui ne trouvent pas de réponse. Car nous sommes nombreux, très nombreux, plusieurs centaines de millions de par le monde, de toutes races, de toutes classes sociales, des deux sexes (là au moins, c'est précis) à bloguer sans modération.

Nos motivations ? Elles peuvent provenir d'un besoin d'exprimer notre opinion, de promouvoir un produit ou un service, de partager une passion avec d'autres, de tenter de décrocher une source de revenus complémentaire, et mille autres raisons plus étonnantes les unes que les autres.

De la même manière qu'on organiserait une pièce de théâtre, cette première partie plantera le décor et nous permettra de découvrir la salle dans laquelle nous jouons.

Les lumières s'éteignent, le public se calme, trois petits coups : la pièce peut commencer.

1

Qu'est-ce qu'un blog ?



Figure 1-1 Chaque mois, 3 millions de nouveaux blogs sont créés à travers le monde.
(Source statistiques : acti.fr, mars 2013. Source image : Shutterstock)

Un site Internet

Les clients qui souhaitent se lancer dans l'e-commerce me posent souvent cette question : « qu'est-ce qu'un blog ? ». Pour vous, lecteur qui avez décidé de vous lancer dans cette aventure, cette question peut sembler ridicule. Mais l'est-elle vraiment ?

La réponse « un programme où l'on peut publier des idées et des images » pourrait convenir. Mais il faudrait alors ranger Facebook ou Twitter dans la catégorie des blogs, alors qu'ils ne le sont pas exactement.

Un espace sur Internet où vous pouvez écrire ce que vous pensez ? Là encore la réponse est correcte, mais trop vague. Car si un blog se limitait à cela, chaque article commercialisé sur un site comme Amazon serait considéré comme un miniblog, puisque vous pouvez y ajouter votre avis.

En réalité, un blog est un site web particulier disposant de fonctionnalités spécifiques à la gestion des articles.

Notez que le terme « article » est parfois remplacé par « billet », « publication » ou par son équivalent anglo-saxon « post ».

Des fonctions spécifiques

Puisque le cœur d'un blog est constitué uniquement de publications, il est nécessaire de disposer d'outils vous permettant de gérer leur écriture, de les illustrer, de les classer. En règle générale, vous trouverez toujours, dans un logiciel de gestion de blog ou sur une plate-forme automatique, les fonctions suivantes.

Création/modification d'articles

C'est tout simplement un cadre blanc, similaire à une page de traitement de texte, dans lequel vous immortaliserez vos idées, confierez vos opinions, transmettez votre savoir. La grande différence entre un traitement de texte et l'éditeur WYSIWYG (*What You See Is What You Get*) de votre blog se situe dans le codage du texte. Puisque nous sommes en présence d'un site Internet, le langage d'écriture est le HTML (*Hypertext Markup Language*). Mais rassurez-vous, il vous suffira d'aligner vos idées, vos mots, vos phrases dans cet éditeur, et il transformera votre plus beau français en code HTML.

Vous pourrez facilement y intégrer des images, comme dans un traitement de texte, ainsi que des vidéos.

Outre cette zone réservée à votre texte, d'autres champs sont prévus pour vous inciter à y préciser certaines informations. Citons par exemple :

- un champ pour mémoriser le titre de votre billet ;
- un espace pour ajouter des mots-clés qui permettront aux visiteurs de faire des recherches par sujet ;
- un espace pour ajouter des informations destinées aux robots de Google, afin qu'ils puissent effectuer leur classement et proposer votre article dans les résultats des requêtes des internautes ;
- un champ pour indiquer la catégorie de votre article ;
- un champ pour rendre votre article visible sur votre blog, à activer dès que vous le considérez comme abouti et pertinent.

Vocabulaire

Un éditeur WYSIWYG est un logiciel disposant d'une interface qui donne à l'utilisateur l'impression de voir son document tel qu'il sera publié. Ces logiciels donnent de plus un accès intuitif aux fonctionnalités et permettent de cette manière de réaliser la mise en forme du document sans avoir à mémoriser et à utiliser des commandes spécifiques.

WYSIWYG est l'acronyme de la locution anglaise *What You See Is What You Get*, signifiant littéralement en français « ce que vous voyez est ce que vous obtenez » ou, de façon plus concise, « tel affichage, tel résultat » ou plus simplement encore « tel quel ».

(Source : Wikipédia)

L'Hypertext Markup Language, en abrégé HTML, est le format de données conçu pour représenter les pages web. C'est un langage de balisage permettant d'écrire de l'hypertexte, d'où son nom. HTML permet également de structurer sémantiquement et de mettre en forme le contenu des pages, d'inclure des ressources multimédias dont des images, des formulaires de saisie et des programmes informatiques.

(Source : Wikipédia)

Gestion des médias

Pour intégrer une image dans un article, vous devrez d'abord télécharger cette image sur le serveur qui héberge votre blog, du moins en règle générale.

Il y a de cela quelques années, un programme spécifique de type FTP (*File Transfert Protocol*) était nécessaire pour transférer votre image vers le serveur. Actuellement, tout programme de blog qui se respecte inclut des utilitaires qui vous permettent de créer, sur le serveur, des dossiers et sous-dossiers

pour y classer vos images et de transférer vers ce serveur une ou plusieurs images en une seule opération.

Remarques

Médias : outre les images, vous pourriez également télécharger sur votre serveur d'autres fichiers comme des documents au format PDF, des vidéos, des musiques, etc. Pour les vidéos et les musiques, nous verrons qu'il est préférable de ne pas les charger sur votre serveur, mais de passer par des services externes.

Droits sur les images : attention, vous ne pouvez pas publier n'importe quelle image si elle ne vous appartient pas. Nous en parlerons au chapitre 16 consacré à la législation sur les blogs.

Vocabulaire

File Transfer Protocol (protocole de transfert de fichiers) ou FTP, est un protocole de communication destiné à l'échange informatique de fichiers sur un réseau TCP/IP. Il permet, depuis un ordinateur, de copier des fichiers vers un autre ordinateur du réseau, ou encore de supprimer ou de modifier des fichiers sur cet ordinateur. Ce mécanisme de copie est souvent utilisé pour alimenter un site web hébergé chez un tiers.

(Source : Wikipédia)

Portable Document Format, communément abrégé en PDF, est un langage de description de pages créé par la société Adobe Systems en 1993. La spécificité du PDF est de préserver la mise en forme d'un fichier – polices d'écritures, images, objets graphiques, etc. – telle qu'elle a été définie par son auteur, et ce quels que soient le logiciel, le système d'exploitation et l'ordinateur utilisés pour l'imprimer ou le visualiser.

(Source : Wikipédia)

Modération des commentaires

Sur votre blog, si vous le souhaitez, vous pouvez autoriser les internautes à réagir à vos propos, à apposer des « commentaires ». Activer cette fonction peut engendrer différents problèmes.

- Très rapidement vous constaterez que des internautes du bout du monde (ou parfois des robots) écrivent, dans votre espace commentaire, des textes publicitaires pour du Viagra, ou autres services peu recommandables.
- Vous risquez également de devoir intervenir lorsque certains internautes dérapent, publient des injures ou des textes à tendance raciste par exemple : on appelle cela la modération.

- Mais, si vous décidez de « modérer », c'est-à-dire de valider au préalable les propos des internautes qui réagissent, alors il y aura un transfert de responsabilité sur votre personne.

Votre blog contiendra divers outils vous permettant de remédier à certains de ces problèmes.

Une base de données

À quoi peut bien servir une base de données dans un blog ? Tout simplement à mémoriser et organiser les données que vous enregistrez.

Chaque article est stocké dans un fichier (en réalité, dans plusieurs fichiers). Cette particularité vous permet de rapidement vous y retrouver dans l'administration de votre blog, d'activer ou désactiver un article, de classer l'affichage par date croissante ou décroissante, voire d'opter pour un classement manuel de vos billets.

Si vous souhaitez envoyer des newsletters (lettres d'information) automatiquement aux internautes qui vous suivent, vous leur proposerez certainement de s'inscrire à cette newsletter. C'est également dans cette base de données que vos fidèles lecteurs seront répertoriés. Mais attention, la détention de données privées est également légiférée. Voir le chapitre consacré à la législation.